

BAB 3

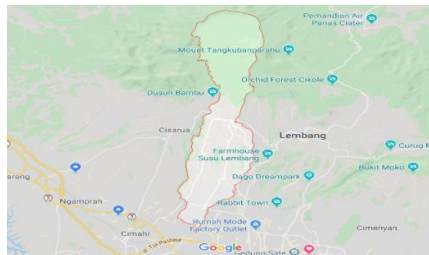
OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penulis melakukan penelitian dengan objek didalam penelitian ini adalah Desa Cigugur Girang Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat. Desa ini berbatasan dengan bagian utara desa Karyawangi dan Cihideung, bagian selatan dengan desa Ciwaruga, bagian timur dengan desa Cihideung, dan bagian barat desa Karyawangi. Sedang subjek didalam penelitian ini yaitu wisatawan dikawasan Desa Cigugur Girang, penanggung jawab Desa Cigugur Girang seperti ketua RW dan Kepala Desa serta Tokoh Adat.

Gambar 3.1

Peta Lokasi Desa Cigugur Girang



3.2 Metode Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan campuran atau *mixed methods*. Pada metode tersebut mengumpulkan serta menganalisis data kualitatif dan kuantitatif secara teliti. Untuk metode kuantitatif dengan menggunakan teknik berupa pengumpulan data dan angket dan untuk metode kualitatif berupa wawancara dan observasi dan juga didukung dengan hasil dokumentasi yang dijelaskan secara deskriptif.

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.3 Jenis dan Sumber data

1. Data Primer

Pada data primer yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu mengenai data-data faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan Desa Cigugur Girang sebagai salah satu tempat wisata gastronomi di Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat.

2. Data Skunder

Pada penelitian ini dapat juga memperoleh data dari hasil observasi yang dilakukan penulis dan juga studi pustaka, dengan data yang didapatkan secara manual maupun online pengumpulan data yang dilakukan menggunakan studi kepustakaan. Data yang diperoleh yaitu berupa dokumen, foto, serta laporan yang diperoleh dari *stakeholder*. Sedangkan pada data online yang diperoleh yaitu dari situs-situs penyedia informasi yang sesuai dan akurat.

3.4 Operasional Variabel

Variabel merupakan operasionalisasi pada sebuah konsep agar dapat diteliti secara empiris. Variabel penelitian ini adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang sudah ditetapkan oleh peneliti agar dapat dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal yang sedang diteliti dan kemudian dapat ditarik kesimpulan. Berikut adalah hasil dari operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

N o	Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
1.	Komponen Gastronomi	Gastronomi merupakan ilmu dan juga seni yang di apresiasi terhadap etnis, bangsa, kelompok agama, gender dan budaya agar dapat mempelajari tentang makanan dan minuman yang digunakan dalam berbagai situasi. Gastronomi juga tidak hanya fokus terhadap seni memasak, akan tetapi tentang tatacara penghidangan, cara makan serta tentang ilmu yang berkaitan dengan gizi dari makanan tsb.	Gastronomi mencakup: 1. Filosofi, sejarah, Tradisi dan sosial 2. Etika dan etiket 3. Cara memasak 4. Bahan baku 5. Mencicipi 6. Menghidangkan 7. Pengetahuan gizi 8. Mencari pengalaman 9. Mempelajari , meneliti serta menulis. (Turgarini, 2018)	Data diperoleh dari: 1. Masyarakat yang terlibat dalam proses pembuatan makanan. 2. Ahli gastronomi. 3. Pemerintah daerah, Studi literatur, Data diperoleh dengan cara: <ul style="list-style-type: none"> • Wawancara • Observasi • Studi wawancara. 	

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.	Faktor Internal	Dalam analisis internal suatu proses mengkaji kekuatan serta kelemahan pada perusahaan sehingga perusahaan tersebut dapat memanfaatkan peluang dengan cara paling efektif dan dapat menghadapi ancaman didalam lingkungan perusahaannya. David 2009 dalam (Nuraini, 2018)	Faktor yang mencakup dalam analisis internal: 1. Sumber Daya Manusia 2. Pemasaran 3. Keuangan 4. Proses produksi	Data diperoleh dari pengelola dengan metode wawancara yang meliputi: 1. Sumber daya manusia <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas karyawan • Kuantitas karyawan 2. Pemasaran <ul style="list-style-type: none"> • Target pasar • Metode pemasaran 3. Keuangan <ul style="list-style-type: none"> • Sumber dana • <i>Profit sharing</i> 4. Produksi atau operasi <ul style="list-style-type: none"> • Bahan baku • Proses produksi • Kualitas Produksi. 	
3.	Faktor Eksternal	Lingkungan eksternal pada suatu perusahaan yaitu pelaku yang memiliki kekuatan diluar perusahaan untuk mengembangkan serta mempertahankan kelangsungan perusahaan. lingkungan ini dibagi menjadi dua macam yaitu, lingkungan mikro memiliki tiga elemen pesaing, pemasok dan	Faktor eksternal yang di analisis mencakup: 1. lingkungan mikro 2. lingkungan makro	Data di peroleh dari wisatawan dengan kuesioner menggunakan skala likert meliputi: <ul style="list-style-type: none"> • Dimensi Daya Tarik Wisata Desa Cigugur Girang • Daya Tarik Wisata 	

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		pelanggan. (Kotler, Philip, Keller, K., 2009)		<p>Data di peroleh dari :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara 2. Observasi partisipan <p>Melalui: pakar gastronomi, akademisi, teknologi informasi (media).</p>	
--	--	---	--	---	--

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.	Strategi dan Model Pengembangan Wisata Gastronomi	<p>Pengelolaan dalam pengembangan gastornomi sebagai jantung model yang bersifat komplementer, seperti klasik-tradisional kaitannya dengan esensi sebagai sumber energi untuk manusia agar dapat bertahan hidup serta dilengkapi dengan etika sosial atau etiket atau tradisi budaya makan yang baik, sopan dan santun. Dalam gastornomi sunda ini dapat dijadikan ruang penyimpanan atau ruang memori yang kolektif dapat dikatakan sebagaia album atau buku yang dapat diabadikan sebagai kisah perjalanan hidup manusia. Dan dapat berperan sebagai bagian penting dalam upacara adat sunda yang selalu melibatkan unsur makan dan makanan, bermula dari kelahiran, perkawinan hingga kematian. Kontemporer-progresif memiliki tiga utilitas gastronomi sunda utama yaitu, pertama sebagai alat untuk diplomasi, negosiasi</p>	<p>Model pengelolaan gastronomi meliputi beberapa aspek:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Unsur klasik-tradisional berkaitan dengan esesnsi manusia agar dapat bertahan hidup, sebagai ruang untyk menyimpan memori dan menjadi bagian dalam upacara adat bermula dari kelahiran, perkawinan hingga kematian. 2. Unsur kontemporer-progresif sebagai alat untuk diplomasi dan negosiasi, memiliki dampak positif untuk kesehatan serta menjadi bahan cerita 	<p>Data diperoleh dari</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Pemerintah Daerah b. Pelaku usaha makanan dan minuman tradisional maupun makanan lokal. <p>Dengan metode:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Wawancara terkait: <ol style="list-style-type: none"> 1. Cita-rasa dan aroma 2. Variasi makan serta cara pembuatan, pengemasan, penyajian serta pelayannya. 3. Sanitasi serta kebersihan. 	
----	---	---	--	--	--

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		<p>dengan menaklukan oposan dengan cara soft power. Kedua, dalam makanan sunda mempunyai manfaat yang berasal dari sumber karbohidrat, protein, vitamin serta mineral yang tinggi. Ketiga, makanan sunda dapat dijadikan bahan cerita yang diawali dengan adanya pengalaman pada saat konsumen sedang menikmati, lalu memberikan rekomendasi secara lisan maupun tertulis pada teman-teman, keluarga, maupun publik. Agar tidak terjadinya perubahan maka perlu dilakukan upaya agar tetap memperthankan cita-rasa dan aroma, dengan meningkatkan inovasi pangan, hingga menjaga sanitasi dan kebersihan terhadap makanan. memiliki tiga hal peranan penting yaitu sebagai pengait, pengikat, penguat, serta pengunci model adalah seni, keterampilan, dan ilmu pengetahuan (Turgarini, 2018).</p>	<p>konsumen terkait pengalaman untuk merekomen dasikan kepada khalayak public</p> <p>3. Guna sebagai pengait, pengikat, penguat, dan pengunci model seni, keterampilan, serta ilmu pengetahuan (Turgarini, 2018).</p>	
--	--	--	---	--

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

5.	Persepsi Wisatawan	Persepsi yaitu cara pandang, tindakan serta gambaran yang diberikan seseorang pada sesuatu yang berada di sekitar ruang lingkungannya baik persepsi yang diberikan positif maupun negatif Murianto (2014) dalam (Puspitasari, 2020)	Ketiga aspek: 1. Aspek Kognitif 2. Aspek Afektif 3. Aspek Konatif	Data yang dapat diperoleh yaitu dari wisatawan dikawasan Wisata Cigugur Girang Dengan menggunakan teknik: 1. Wawancara 2. Observasi 3. Studi Dokumentasi 4. Studi Kepustakaan	
6.	Daya Tarik Wisata	Sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan serta nilai yang beranekaragam kekayaan alam serta budaya. dan hasil tangan manusia yang dijadikan sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Undang-Undang Tahun 2009 tentang Kepariwisata	Komponen utama dalam tujuan wisata: 1. Atraksi 2. Fasilitas 3. Aksesibilitas 4. Pelayanan Tambahan (Rozak, 2012)		

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

7.	Paket Wisata	Paket wisata dapat dikatakan sebagai suatu produk dan suatu sistem tatanan yang terdiri atas beberapa unsur penyusunan yang setiap unsur penyusunan memiliki keterkaitan. Dalam paket wisata terdiri dari wisatawan, atraksi wisata, fasilitas serta waktu. Nuraita 2017 dalam (Nurussahar, 2020).	Unsur paket wisata yang dapat dianalisa yaitu: 1. Atraksi Wisata 2. Fasilitas Wisata 3. Wisatawan 4. Waktu Nuraita 2017 dalam (Nurussahar, 2020)	Data yang dapat diperoleh dari: 1. Kepala desa dan ketua RW yang ada dan tokoh di Desa Cigugur Girang. Data diperoleh dengan cara: 1. wawancara 2. Observasi 3. Studi Dokumentasi 4. Studi Kepustakaan.	
----	--------------	--	---	---	--

Sumber: Data diolah penulis 2020

3.5 Populasi dan Sample

3.5.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berkunjung ke Desa Cigugur Girang. Suatu objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu agar dapat dipelajari dan nantinya dapat ditarik kesimpulan disebut sebagai populasi (Sugiyono, 2012).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Desa Cigugur, dengan jumlah populasi 4.200 jumlah tersebut merupakan jumlah pengunjung perbulan yang berkunjung ke Desa Cigugur.

3.5.2 Sampel

Sementara itu sampel dapat dikatakan sebagai jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dan sampel ini sifatnya harus representatif agar peneliti dapat mempelajari semua objek.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Pada penelitian ini yang menjadi sampel penelitian yaitu sebagian wisatawan Desa Cigugur yang memperoleh dari input Rumus Slovin.

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

e = Kelonggaran ketidak telitian dikarenakan kesalahan sample yang dapat di tolelerir

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

Pada tingkat kelonggaran yang gunakan yaitu 10% (0,1) dan dapat dikatakan bahwa tingkat keakuratan mencapai 90% (0,9) pada nantinya sampel dapat diambil untuk mewakili sebagai dibawah ini:

N = 4.200/bulan

E = 10%

$$\begin{array}{r}
 n = 4.200 \\
 \hline
 1 + 4.200(0,1)^2 \\
 \hline
 n = 4.200 \\
 \hline
 1 + 420 \\
 \hline
 = 4.200 \\
 \hline
 421 \\
 \hline
 n = 9,97 = 100
 \end{array}$$

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yaitu kegiatan pencatatan dan pengambilan data terhadap peristiwa-peristiwa atau suatu hal dan keterangan yang merupakan sebagian atau keseluruhan dari elemen populasi yang mana dapat menunjang serta mendukung penelitian tersebut. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai sumber, setting serta berbagai cara (Sugiyono, 2017).

Shania Arieq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dapat dilihat dari berbagai sumber data, maka dalam pengumpulan data ini menggunakan sumber primer dan skunder. Sumber primer merupakan sumber yang diperoleh langsung dari informannya, sedangkan sumber skunder yaitu sumber yang tidak diperoleh langsung dengan membagikan data pada peneliti, misalnya melalui pihak ketiga atau dari bahan perpustakaan. Dapat dilihat dari teknik pengumpulan data ini dapat dilakukan menggunakan wawancara, observasi lapangan, dokumentasi, Kuesioner, Studi Literatur

1. Wawancara (Interview)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data bilamana peneliti ingin melakukan studi pendahuluan agar dapat menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui tentang responden lebih dalam dengan jumlah responden yang sedikit (Sugiyono, 2017) . Wawancara adalah salah satu metode dalam pengumpulan data agar dapat memperoleh informasi data dengan menggunakan cara wawancar langsung kepada responden serta narasumber yang terkait. (Sugiyono, 2013) Pada penelitian ini menggunakan pendekatan wawancara semiterstruktur (*semistruktur interview*) adalah kegiatan wawancara yang menggunakan paduan yang sudah disusun sebelum terlaksananya wawancara dimana pendekatan ini lebih fleksibel.

2. Observasi

Pada hakikatnya observasi merupakan suatu kegiatan dengan penggunaan pancaindera, mulai dari penglihatan, penciuman, serta pendengaran, guna memperoleh sebuah informasi yang diperlukan agar dapat menjawab semua permasalahan dalam penelitian (Bungin, 2007). Ada beberapa macam bentuk observasi seperti:

- a) Observasi partisipasi yaitu (*participant observation*) merupakan suatu metode dalam pengumpulan data yang dapat menghimpun data melalui

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penginderaan serta pengamatan dimana peneliti terjun langsung dalam keseharian informan.

- b) Observasi tidak terstruktur adalah suatu pengamatan yang tidak menggunakan pedoman dalam observasi, maka peneliti perlu mengembangkan pengamatannya berdasarkan faktor keadaan di lapangan.
- c) Observasi Kelompok merupakan pengamatan yang dilakukan oleh sekelompok peneliti pada sebuah masalah yang nantinya diangkat menjadi objek yang diteliti.

3. Dokumentasi

Selain menggunakan teknik wawancara dan observasi, perlu diketahui bahwa informasi dapat diperoleh melalui fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, arsip foto, catatan harian, buah tangan, serta jurnal kegiatan lainnya. Dengan dokumen dapat menghasilkan informasi yang terjadi pada masa lalu, dalam dokumen perlu adanya kepekaan terhadap teoritik agar dapat mengetahui makna dari sebuah dokumen dan memiliki nilai yang bermakna bukan hanya sekedar barang yang tidak memiliki makna atau arti.

4. Kuesioner/angket

Kuesioner adalah teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mendapatkan jawaban dan teknik ini pula merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa saja yang dapat diharapkan dari responden (Sugiyono, 2017).

5. Studi Literatur

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Studi literatur merupakan data yang dikumpulkan berupa data sekunder dari sumber sebelumnya. Sedangkan data primer menggunakan wawancara dan menyebarkan kuesioner dan melakukan survey serta observasi lapangan.

3.7 Uji Validitas dan Reabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan dan pernyataan pada kuesioner mampu mengemukakan sesuatu yang akan diukur pada kuesioner tersebut Ghazali (2013) dalam (Puspitasari, 2020).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan aplikasi SPSS sebagai alat untuk mengukur valid atau tidak pada data yang diperoleh. Hasil dari uji validitas ke 30 responden Kawasan Desa Cigugur Girang yang telah diuji menggunakan SPSS sebagai berikut

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Responden

No	Pertanyaan	Rhitung	X	Rtabel	Keterangan
ATRAKSI					
1.	Keunikan Destinasi Wisata di Desa Cigugur Girang	0.806	>	0.361	Valid
2.	Keberagaman makanan lokal di Desa Cigugur Girang	0.673	>	0.361	Valid
3	Makanan Lokal Di Desa Cigugur Girang menarik untuk dicoba dan dijadikan Atraksi Wisata	0.507	>	0.361	Valid

4	Merasa nyaman saat berkunjung ke Desa Cigugur Girang	0.736	>	0.361	Valid
5	Tersedianya informasi mengenai Desa Cigugur Girang	0.739	>	0.361	Valid
No	Pertanyaan	Rhitung	X	Rtabel	Keterangan
FASILITAS					
1	Tersedia toko <i>souvenir</i> atau oleh-oleh khas Desa Wisata Cibeusi	0.516	>	0.361	Valid
2	Tersedia tempat beribadah seperti musholla	0.471	>	0.361	Valid
3.	Tersedia restaurant atau tempat makan	0.622	>	0.361	Valid
4.	Tersedia agen perjalanan khusus wisata gastronomi di Desa Cigugur Girang	0.731	>	0.361	Valid
5.	Tersedia toilet umum di kawasan wisata Cigugur Girang	0.474	>	0.361	Valid
6.	Terdapat penginapan atau home stay yang menyediakan paket makan khas Desa Cigugur Girang	0.752	>	0.361	Valid
No	Pertanyaan	Rhitung	X	Rtabel	Keterangan
AKSESIBILITAS					

Shania Ariq Chindraranie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1.	Akses menuju ke Desa Cigugur mudah diakses	0.753	>	0.361	Valid
2.	Tersedia alat transportasi umum yang memadai untuk menuju ke Desa Cigugur Girang	0.690	>	0.361	Valid
3.	Terdapat rambu lalu lintas untuk menuju lokasi wisata	0.642	>	0.361	Valid
No	Pertanyaan	Rhitung	X	Rtabel	Keterangan
PELAYANAN TAMBAHAN					
1.	Tersedia pos keamanan di kawasan Cigugur Girang	0.735	>	0.361	Valid
2.	Tersedia aliran listrik di kawasan Cigugur Girang	0.692	>	0.361	Valid
3.	Jaringan telekomunikasi mudah untuk diakses	0.691	>	0.361	Valid
4.	Tersedia lahan parkir yang memadai	0.733	>	0.361	Valid
5.	Tersedia mesin ATM dan kemudahan untuk dijangkau	0.368	>	0.361	Valid
ASPEK KOGNITIF					
1.	Destinasi Wisata yang beragam di Desa Cigugur Girang	0.689	>	0.361	Valid
2.	Daya Tarik Wisata Gastronomi menarik untuk dikunjungi	0.769	>	0.361	Valid

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ASPEK AFEKTIF					
1.	Kemudahan akses menuju berbagai Destinasi Wisata	0.564	>	0.361	Valid
2.	Wisatawan merasa senang mendapat pengalaman tentang wisata gastronomi di Desa Cigugur Girang	0.738	>	0.361	Valid
3.	Wisata Gastronomi di Desa Cigugur Girang memiliki pengelolaan yang baik	0.714	>	0.361	Valid
ASPEK KONATIF					
1.	Selain keindahan alam wisatawan tertarik untuk melihat kebudayaan dan tradisi di Desa Cigugur Girang	0.705	>	0.361	Valid
2.	Wisatawan berkunjung karena rekomendasi dari kerabat maupun teman	0.598	>	0.361	Valid
3.	Wisata Gastronomi di Desa Cigugur Girang menarik untuk dikunjungi	0.783	>	0.361	Valid

Sumber: Data Diolah Penulis 2020

3.7.2 Uji Realibilitas

Uji Realibilitas yaitu suatu alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari sebuah variable. apabila jawaban responden dalam menjawab sebuah pertanyaan konsisten atau stabil dapat dikatakan kuesioner tersebut dinyatakan realible.

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$r = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan : $r =$

coefficient reliability

instrument

K = banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = total varians butir

$\sigma^2 t$ = total varians

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap item, kemudian dijumlahkan. Rumus yang digunakan untuk mencari varians dari tiap item adalah sebagai berikut

Keterangan :

Σ = varians tiap butir

x = jumlah skor tiap butir

N = jumlah responden

Jika nilai $\alpha > 0.700$ diartikan bahwa reliabilitas mencukupi (sufficient reliability), namun jika $\alpha > 0.800$ ini menggambarkan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat.

Guna melihat ketepatan *instrument* yang digunakan pada sebuah penelitian, maka dari itu harus dilakukan uji coba dengan cara menyebarkan kuesioner ke beberapa sampel responden dengan minimal jumlah sampel sebesar 30 responden Purwoto (2007) dalam (Puspitasari, 2020).

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 3.3 Uji Reliabilitas Responden

Cronbach Alpha	Nilai Minimal Cronbach Alpha	N of items	Hasil Uji
Variabel X			
0.935	0.700	20	Reliabel
Variabel Y			
0.890	0.700	9	Reliabel

Sumber: data diolah penulis 2020

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang diperoleh melalui kuesioner maupun teknik wawancara. Dalam teknik analisis data yang dapat digunakan pada penelitian ini yaitu:

3.8.1 Analisis Kuesioner

Pada penelitian ini memakai *Skala Semantic Defferensial* yaitu skala yang dapat digunakan dalam mengukur sikap, hanya bentuknya tidak berupa pilihan ganda maupun checklist dan tersusun dalam satu garis kontinum yang memiliki jawaban '*sangat positif*' terletak pada bagian kanan garis, dengan jawaban yang '*sangat negative*' terletak dibagian kiri garis atau bahkan sebaliknya. Data yang diperoleh yaitu data interval. Biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap atau karakteristik tertentu yang ada pada seseorang (Sugiyono, 2017).

Instrument yang dapat digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu angket *skala semantik diferensial*.

3.8.2 Analisa Matriks IFE dan Matriks EFE

a. Identifikasi Faktor-Faktor Internal dan Eksternal

SWOT yaitu strategi untuk menggambarkan sejauh mana manajemen dalam menyelaraskan peluang-peluang serta ancaman-ancaman yang dihadapi

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

organisasi dengan kekuatan dan kelemahan, sehingga dapat menghasilkan empat rangkaian alternative strategi Rufaidah (2012) dalam (Nurussahar, 2020).

Metode ini lebih mengarah pada *brainstrong* dalam menciptakan strategi-strategi alternative yang mungkin tidak terpikirkan oleh manajemen. Metode analisi SWOT digunakan karena bentuk analisis situasi serta kondisi yang memiliki sifat deskriptif atau tentang gambaran pada suatu masalah. Analisis ini menempatkan pada situasi serta kondisi di Desa Cigugur Girang yang actual dan factual sebagai faktor masukan yang nantinya dapat dikelompokkan berdasarkan kontribusinya masing-masing, baik tentang kelemahan, kekuatan, peluang serta ancaman. Dengan penggunaan metode ini diharapkan dapat menghasilkan suatu analisis serta pilihan strategis (*strategic analysis and choices*) secara menyeluruh, agar dapat menentukan faktor penentu keberhasilan dan faktor kegagalan. analisis SWOT memiliki tujuan agar dapat memilih pokok masalah serta memudahkan dalam pendekatan strategis. Maka dari itu pula diharapkan adanya pengembangan wisata gastronomi ini yang dilakukan senantiasa terarah dan terfokus. Maka dari itu inti dari SWOT dalam perumusan strategi gabungan dari IFE (*Internal Factors Evaluation*) dengan komponen EFE (*External Factors Evaluation*) sehingga dapat menghasilkan empat macam strategi kombinasi yang dapat dilakukan guna analisa lebih lanjut.

1. Matriks *Internal Factros Evaluation* (IFE)

Matriks IFE yang digunakan guna mengetahui faktor-faktor internal yang memiliki kaitan dengan kekuatan serta kelemahan yang dirasa penting, tahapan kerja dari matrik IFE sebagai berikut:

- a) Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan dan disusun dalam kolom 1 (5 sampai 10 kekuatan dan kelemahan)
- b) Serta beri bobot pada masing-masing faktor yang telah ditentukan dengan skala 1.0 (paling penting) sampai dengan 0.0 (tidak penting). Dengan berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut posisi strategis perusahaan (nilai bobot tersebut maka jumlahnya bobot tersbut tidak

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

diperbolehkan melebihi skor total 1.00). Dalam penelian bobot diniali dan dihitung dengan menggunakan metode (*paired comparison*) merupakan metode yang dapat digunakan dalam memberikan penilaian pada bobot setiap faktor penentu internal dan faktor-faktor dalam struktur industry. Penentuan bobot dari setiap faktor dapat digunakan skala 1,2, dan 3 yang mana arti niali tersebut yaitu:

- a. = jika faktor horizontal kurang penting daripada faktor vertikal
- b. = jika faktor horizontal sama penting daripada faktor vertikal
- c. = jika faktor horizontal lebih penting daripada faktor vertical

Bobot dari setiap faktor dengan menentukan proporsi niali pada setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor dengan memggunaka rumus:

$$\frac{Xi}{\sum_{i=1}^n Xi} = ai$$

Keterangan :

a_i = bobot faktor ke-i X_i = nilai faktor ke-ii $i = 1, 2, \dots, n$

Bentuk niali pada pembobotan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4 Pombobotan Matrik IFE ‘Paired Comparison’

Sumber: David, (2004:131)

Faktor penentu Internal	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

Sumber : (David, 2004:131)

- c) Menghitung rating (pada kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outsanding) sampai 1 (poor) berdasarkan pengaru pada faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang sbersangkutan. Variabel yang memiliki sifat positif (semua variabelk yang termasuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 hingga +4 (kategori sangat nbaik) dengan membandingkannya dengan rat—rata industri atau dengan pesaing utama. Berbeda halnya dengan variabel yang bersifat nagative, bersifat terbalik. Contohnya, apabila kelemahan pada suatu perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rat-rata industri, nilainya yaitu 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan berada dibawah rata-rata industri makai nilainya yaitu 4, ratingnya adalah 1 jika sebaliknya jika kelimahan sedikit ratingnya 4.
- d) Pengkalian bobot dalam kolom 2 dengan rating pada kolom 3, agar dapat memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4, yang hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor)
- e) Penggunaan kolom 5 untuk memberikan komentar pada faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- f) Jumlah dari skor pembobotan (dalam kolom 4) agar dapat memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai pada total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Pada total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan satu dengan lainnya dalam kelompok industri yang sama. berikut tabel matriks IFE:

Tabel 3.5 Matriks Evaluation Faktor Internal (IFE)

Key Internal Factor	Bobot	Rating	Skor
kekuatan			
-			
-			
kelemahan			
-			
-			
Total	1,00		

Sumber: Umar, Husein (2008:249)

2. Matrik External Factors Evaluation (EFE)

Analisa evaluasi dalam faktor eksternal dilakukan guna mengemabangkan faktor peluang yang dapat dimanfaatkan serta faktor ancaman yang perlu dihindari. Untuk analisis pada faktor lingkungan eksternal yang akan diidentifikasi antara lain yaitu wisatawan, pesaing, persepsi wisatawan, perkembangan wisata gastronomi.

Tahap evaluasi dari faktor tersebut dapat menggunakan matriks evaluasi faktor eksternal (EFE)

- a) Penyusunan dalam kolom 1 (5 sampai 10 peluang serta ancaman)Pemberian bobot pada masing-masing faktor dalam kolom2,

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mulai dari 1.0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak pada faktor sinergis.

- b) Nilai bobot dapat dihitung serta dinilai dengan menggunakan ‘*Paired Comparison*’ yang artinya metode yang dapat digunakan dalam memberikan nilai bobot pada setiap faktor penentu eksternal serta faktor-faktor dalam insdusry. Dengan penentuan bobot ini maka dari tiap faktor menggunakan skala 1,2 dan 3 yang artinya nilai sebagai berikut:

1 = jika faktor horizontal kurang penting daripada faktor vertical

2 = jika faktor horizontal sama penting daripada faktor vertical

3 = jika faktor horizontal lebih peting daripada faktor vertikal

Bobot dari tiap faktor dengan menentukan proporsi nilai dari tiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan daktor dengan menggunakan rumus dibawah berikut:

Keterangan : a_i = bobot faktor ke-i

a. X_i = nilai faktor ke-i i

$$\frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i} = a_i$$

b. $i = 1, 2, \dots, n$

Bentuk nilai pada pembobotan tersebut dapat dilihat dalam tabel dibawah berikut:

Tabel 3.6 Pembobotan Matrik EFE “*Paired Comparison*”

Faktor penentu Eksternal	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

Sumber : (David, 2004:131)

Sumber: (David,2004;131)

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- c) Menghitung rating (pada kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala dari 4 (outstanding) samapi dengan 1 (poor) dengan berdasarkan pengaruh pada faktor tersebut serta pada kondisi perusahaan yang berdasarkan. Pemberian niali rating pada ancaman adalah kebalikannya. Contoh, bila nilai ancamannya lebih besar maka ratingnya yaitu 1, dengan sebaliknya jika nilai ancamannya kecil maka ratingnya yaitu 4.
- d) Mengkalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, dalam memperoleh faktor pembobotan dalam kolm 4, yang memiliki hasil berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yangnilainya bervariasi mulai dari 4.0 (outstanding) sampai dengan 1.0 (poor)
- e) Penggunaan kolom 5 yaitu untuk memberikan komentar atau catatan pada faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pada pembobotan yang dihitung.
- f) Penjumlahan skor dengan pembobotan (pada kolom 4), agar dapat memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai totoal ini dapat menunjukan bagaimana sebuah perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Dan total skor ini juga dapat digunakan untuk membandingkan satu perusahaan dengan perusahaan lainya dalam kelompok insdustry yang sama. Berikjt tabel untuk matriks EFE:

Tabel 3.7 Matriks Evaluation Factors Eksternal (EFE)

Key External Factors	Bobot	Rating	Skor
Peluang - -			

Ancaman			
-			
-			
Total	1,00		

Sumber: Umar, Husein. (2008:249)

3.8.3 Positioning Kuadran SWOT

Setelah memasukan data kedalam matrik Eksternal Factors Evaluation (EFE) dan Internal Factors Evaluation (IFE) dengan memberikan bobot dan rating terhadap masing-masing poin, pada tahapan kerja yang berikutnya yaitu menghitung skor yang didapat dari kedua matriks tersebut, yang mana hal tersebut ditujukan untuk mengetahui postionning, suatu wilayah dapat dilihat potensi yang ada. Postioning yang dimaksud yaitu mengetahui potensi Kawasan Wisata di Desa Cigugur Girang. Berikut tahapan kerja dalam menentukan postioining kuadran SWOT. Dalam membahas matrik IFE dan EFE maka dapat diketahui posisi suatu perusahaan yang sesungguhnya. dari matrik IFE dapa diketahui posisi sumbu x dengan rumus sebagai berikut:

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

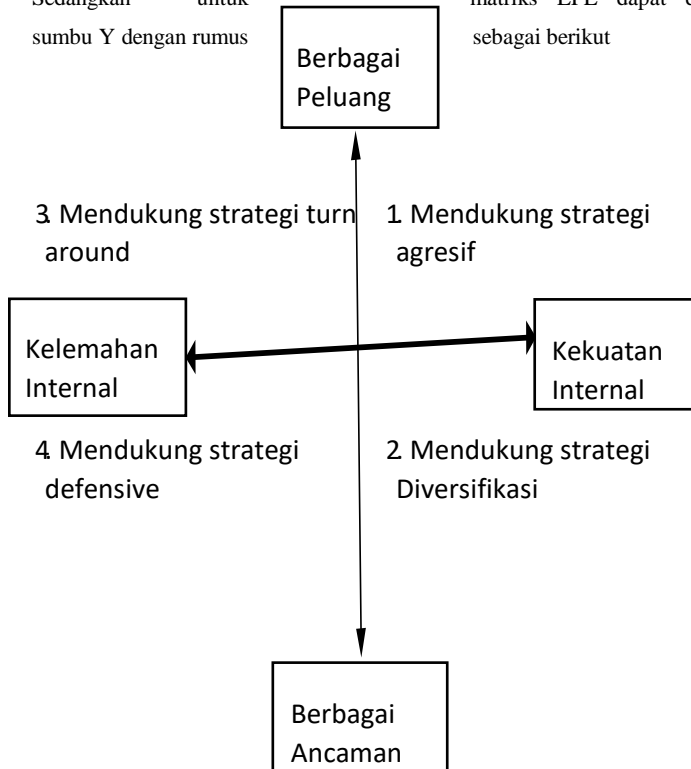
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$X = \text{Total Kekuatan} - \text{Total Kelemahan}$$

$$Y = \text{Total Peluang} - \text{Total Ancaman}$$

Sedangkan untuk sumbu Y dengan rumus

matriks EFE dapat diketahui sebagai berikut



Sumber: (Rangkuti,2014:20)

Gambar 3.2 Kuadran Postioning Faktor Internal Dan Eksternal

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- a. Kuadran I (Positif, Positif) Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*)
- b. Kuadran II (Positif, negatif) Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar)
- c. Kuadran III (Negatif, Positif) Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan Question Mark pada BCG Matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- d. Kuadran IV (Negatif, Negatif) Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

3.8.4 Tahap Penentuan Strategi

Tahap ini merupakan kesimpulan dalam proses analisis data. Setelah mengetahui suatu wilayah tersebut ada di positioning berapa, maka tahapan kerja akhir adalah menentukan strategi apa yang akan digunakan untuk wilayah tersebut dengan menggunakan matrik TOWS/SWOT.

Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pengembangan potensi seperti, strategi Strengths Opportunities

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

(SO), Strength Threats (ST), Weaknesses Opportunities (WO), dan weaknesses. Agar lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.8 Matriks Analisis SWOT

<div> <div>IFAS</div> <div>EFAS</div> </div>	KEKUATAN (Strengths)	KELEMAHAN (Weaknesses)
	Menentukan faktor-faktor kekuatan internal	Menentukan faktor-faktor kelemahan internal
Peluang (Opportunities)	Strategi S - O	Strategi W - O
Menentukan faktor berdasarkan peluang eksternal	Merancang strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Merancang strategi yang meminimalisir kelemahan untuk memanfaatkan peluang
ANCAMAN (Threats)	Strategi S - T	Strategi W - T
Menentukan faktor berdasarkan ancaman eksternal	Merancang strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Merancang strategi untuk meminimalisir kelemahan serta menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, (2014)

Sumber: Rangkuti, (2014)

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keempat macam strategi kombinasi tersebut adalah :

- 1 Strategi S – O (*Strength – Opportunity*)
Strategi ini mengkombinasikan komponen kekuatan (strengths) dan peluang (Opportunities) yang dimiliki suatu bisnis tersebut. Sehingga dihasilkan strategi untuk meraih peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut. Strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut.
- 2 Strategi W – O (*Weakness – Opportunity*)
Strategi ini mengkombinasikan komponen kelemahan (weakness) dan peluang (Opportunities) yang dimiliki suatu bisnis tertentu sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan.
- 3 Strategi ST (*Strength – Threat*)
Strategi ini mengkombinasikan komponen kekuatan (Strengths) dan ancaman (Threat) yang dimiliki suatu bisnis tertentu sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan ancaman yang ada dengan kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut. Strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh objek dan daya tarik wisata untuk mengatasi ancaman yang memungkinkan terjadi.
- 4 Strategi WT (*Weakness – Threat*)
Strategi ini mengkombinasikan komponen kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats) yang dimiliki suatu bisnis tertentu, sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki sekaligus menghindari ancaman bisnis yang ada. Strategi ini berupa kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.8.5 Tahap Keputusan

Tahap keputusan merupakan tahapan terakhir dalam formulasi strategi, yaitu dengan menetapkan alternatif strategi dimana perusahaan menetapkan strategi yang baik untuk terlebih dahulu dilaksanakan. Alat untuk menganalisis pada tahapan ini adalah menggunakan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Analisis QSPM memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif. Berdasarkan faktor keberhasilan internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya (David, 2009). Adapun enam tahapan yang dibutuhkan untuk mengembangkan QSPM adalah sebagai berikut :

1. Membuat daftar peluang dan ancaman eksternal dan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Informasi diperoleh dari matriks IFE dan EFE.
2. Memberikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal yang sama dengan bobot tiap faktor yang ada pada IFE dan EFE.
3. Mengevaluasi matriks pada tahapan kedua (pencocokan), dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk diimplementasikan. Kemudian dicatat pada baris atas QSPM.
4. Menentukan nilai daya tarik (attractiveness Score-AS). Nilai ini mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing strategi. Adapun nilai daya tarik yang diberikan adalah sebagai berikut : 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, dan 4 = sangat menarik.
5. Menghitung total nilai daya tarik (Total Attractiveness Score-TAS) nilai ini didapatkan berdasarkan hasil dari perkalian bobot (langkah b) dengan nilai daya tarik (langkah d) dalam tiap baris total nilai daya tarik menunjukkan daya tarik relatif untuk masing-masing strategi. Semakin besar nilainya, maka semakin baik alternatif strategi tersebut.

- 6 Menghitung jumlah total TAS pada masing-masing kolom strategi alternatif strategi yang terpilih. Strategi dengan TAS tertinggi adalah strategi yang paling layak untuk diimplementasikan.

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 3.9 Contoh matriks QSPM

Faktor utama	Alternatif Strategi			
	Weight	Strategi I	Strategi II	Strategi III
Faktor Eksternal				
1. Ekonomi				
2. Politik/Hukum				
3. Sosial/kebudayaan				
4. Demografi/lingkungan				
5. Teknologi				
6. Persaingan				

Faktor Utama	Alternatif Strategi			
	Weight	Strategi I	Strategi II	Strategi III
Faktor internal				
1. Manajemen				
2. Pemasaran				
3. Keuangan				
4. Produksi/Operasi				
5. Penelitian/Pengembangan				
6. Sistem Informasin				

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keterangan :

Faktor Internal :

1 = Sangat lemah

2 = Lemah

3 = Kuat

4 = Sangat kuat

Faktor Eksternal :

1 = Lemah

2 = Rata-rata

3 = Diatas rata-rata

4 = Superior

Shania Ariq Chindrarianie, 2021

**KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIGUGUR GIRANG KECAMATAN
PARONGPONG DI KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu